

ANALISIS LITERASI KEUANGAN DALAM KERANGKA *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (STUDI KASUS PENGUNAAN ULANG *PAYLATER* MAHASISWA S1 UNIVERSITAS JAMBI)

Ringga Putra Pamungkas^{1)*}, Rike Setiawati²⁾, Ni Made Suci³⁾

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi^{1,2)}

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha³⁾

E-mail korespondensi: Ringgapamungkas2@gmail.com^{1)*}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan dan beberapa variabel yang terdapat dalam Model Penerimaan Teknologi terhadap Penggunaan Ulang Paylater. Penelitian ini bersifat kuantitatif, dengan menggunakan teknik stratified random sampling terhadap 379 responden melalui Google Forms. Metode analisis data menggunakan SEM-PLS (Structural Equation Modeling Partial Least Squares) dengan software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sepuluh hipotesis yang diuji, diantaranya satu hipotesis ditolak karena tidak adanya pengaruh yang signifikan, dan sembilan hipotesis lainnya diterima atau berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Model Penerimaan Teknologi, Paylater, Sikap Penggunaan, Penggunaan Ulang.

Abstract

This study aims to examine the influence of Financial Literacy and various variables within the Technology Acceptance Model on the Reuse of Paylater. The study adopts a quantitative approach, using stratified random sampling to collect data from 379 respondents through Google Forms. The data were analyzed using SEM-PLS (Structural Equation Modeling Partial Least Squares) with SmartPLS 4.0 software. The findings indicate that one hypothesis lacked support because not having a significant effect, and the other nine hypotheses are supported because of the significant effect.

Keywords: Financial Literacy, Technology Acceptance Model, Paylater, Attitude Toward Using, Reuse.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi baru telah mengubah perilaku manusia dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam berinteraksi sosial (Crystal, 2011). Perkembangan teknologi juga berdampak pada perilaku keuangan, terutama melalui adopsi *e-commerce* dan perangkat *financial technology* (fintech) yang terlibat di dalamnya.

Sejak tahun 1990, perdagangan elektronik atau *e-commerce* telah mengenalkan cara baru dalam berbisnis dan bertransaksi kepada konsumen dan dunia usaha (Bezhovski, 2016). *E-commerce* tidak hanya mencakup belanja *online*, tetapi juga semua jenis transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik, termasuk hubungan antarbisnis (Mukherjee & Roy, 2017). Di Indonesia, *e-commerce* mulai muncul pada tahun 1999 dengan lahirnya Forum KASKUS dan Bhinneka.com sebagai toko *online*

pertama (Mustajibah & Trilaksana, 2021). Pemerintah Indonesia juga mengakui potensi perdagangan elektronik dan mengeluarkan Undang-Undang yang mengatur bidang ini.

Perkembangan *e-commerce* secara signifikan mempengaruhi penggunaan sistem pembayaran melalui perangkat seluler atau *smartphone*. Sistem pembayaran berbasis *mobile payment* telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat abad ke-21 (Thakur & Srivastava, 2014). Kartu kredit, awalnya dimaksudkan sebagai instrumen kredit *offline*, telah menjadi instrumen pembayaran utama untuk *e-commerce*. Lalu muncul instrumen pembayaran *online* yang sistemnya sama dengan kredit yaitu *Fintech Lending*. Kredit yang awalnya konvensional sekarang menjadi instrumen dari *Financial Technology* sebagai pembayaran berbasis digital.

Ketika sistem dari kredit masih *hybrid* atau masih terlibat proses secara *offline* maka dapat dikategorikan sebagai *FinTech Digital Payment System*, namun ketika proses sudah sepenuhnya *online* maka dapat dikategorikan sebagai *FinTech P2P Lending Service*, dan *paylater* sepenuhnya *online* sehingga dikategorikan *FinTech P2P Lending Service*. *Paylater* dan *fintech* lainnya memberikan kemudahan dan opsi baru dalam pengelolaan keuangan, namun juga memiliki dampak negatif seperti perilaku konsumtif (Abrazhevich, 2004).

Sejumlah penelitian terdahulu (Aftika, 2021; Julita et al., 2022) mengemukakan bahwa penggunaan *paylater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan adanya indikasi bahwa penggunaan *paylater* mungkin atau bahkan dapat menyebabkan perilaku konsumtif, bertentangan dengan tujuan dari literasi keuangan dalam mencapai kesejahteraan finansial.

Di Indonesia, penggunaan aplikasi keuangan terus meningkat, dan aplikasi *Paylater* juga berhasil mengurangi tingkat penipuan (Nirmala, 2022). Selain itu, *Paylater* juga menjadi salah satu layanan favorit di antara layanan keuangan lainnya (DailySocial, 2021). Namun, penggunaan *Paylater* secara berkelanjutan dan faktor-faktor yang memengaruhinya masih belum banyak diteliti.

Literasi keuangan juga memiliki peran penting dalam inklusi keuangan dan adopsi *fintech* (Kusuma, 2020; Rohmah & Gunarsih, 2021; Simanjuntak, 2019). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan *fintech* dan *Paylater* (Aditya & Mahyuni, 2022; Putri, 2022; Salsabila, 2023; Wijayanti et al., 2022).

Dalam usaha mengetahui penggunaan ulang *paylater*, perlu diketahui penerimaan atas *financial technology paylater*, dan model yang dapat digunakan adalah TAM (*Technology Acceptance Model*). Model TAM sudah banyak digunakan dalam penelitian terdahulu sebagai model penerimaan suatu teknologi baru.

Dalam konteks penggunaan ulang *Paylater*, studi yang menghubungkan literasi keuangan dan faktor-faktor penerimaan teknologi seperti *Technology Acceptance Model* masih terbatas.

2. KAJIAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Menurut (OECD/INFE, 2022) literasi keuangan merupakan gabungan antara kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap serta perilaku dalam menciptakan keputusan keuangan dengan tepat, dan bertujuan untuk mencapai kesejahteraan finansial suatu individu. Menurut (OECD/INFE, 2022) indikator yang dapat digunakan sebagai pengukuran literasi keuangan terbagi menjadi 3: sikap keuangan, perilaku keuangan, pengetahuan keuangan.

Sikap keuangan adalah keadaan pikiran seseorang mengenai keuangan yang umumnya merupakan hasil dari latar belakang dan lingkungannya. Indikator dalam sikap keuangan, yaitu mengendalikan pengeluaran, pentingnya menabung secara rutin, pentingnya membandingkan keuntungan jasa keuangan, pentingnya memiliki dana cadangan, serta pentingnya menyusun suatu tujuan.

Perilaku keuangan berkaitan dengan tindakan manusia dalam mengelola uang. Indikator dalam perilaku keuangan mencakup pembayaran tagihan tepat waktu, kebiasaan mencatat pengeluaran, pengendalian pengeluaran, kebiasaan menabung secara berkala, kepemilikan dana darurat untuk beberapa bulan ke depan, kebiasaan menabung, serta pertimbangan matang sebelum melakukan pembelian.

Pengetahuan keuangan merujuk pada penguasaan objektif terhadap definisi, istilah, dan konsep keuangan. Indikator-indikator dalam pengetahuan keuangan mencakup pengetahuan dasar keuangan, manajemen keuangan, kredit dan hutang, pengelolaan tabungan dan investasi, serta pemahaman mengenai asuransi.

Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model merupakan model yang mengukur tingkat penerimaan seseorang terhadap teknologi, dan menurut penelitian (Davis, 1989) dibuat konstruk bahwa seseorang dapat menerima suatu teknologi apabila teknologi tersebut mudah digunakan, mempunyai kegunaan atau manfaat, dan perasaan atau sikap terhadap teknologi tersebut. Dalam konstruk yang dikemukakan (Davis, 1989) didapati variabel yang dapat diukur berupa *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan), *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan), *Attitude Toward Using* (sikap terhadap penggunaan), dan *Behavioral Intention to Use* (niat menggunakan).

Perceived Ease of Use atau persepsi kemudahan merupakan konsep yang menggambarkan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan lebih mudah baginya (Davis, 1989). Bahwa dengan menggunakan sistem tersebut dianggap akan membebaskan seseorang dari upaya dan memudahkan.

Perceived Usefulness atau persepsi kegunaan didefinisikan sebagai seberapa besar kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya dalam sebuah pekerjaan (Davis, 1989).

Attitude Toward Using merupakan reaksi atau perasaan subjektif yang negatif ataupun positif dari seseorang terhadap suatu sistem yang akan digunakan (Davis, 1993).

Financial Technology

Financial Technology atau disingkat FinTech, merupakan suatu inovasi dalam sektor jasa keuangan yang mengandalkan penerapan teknologi. Produk fintech umumnya berbentuk sistem yang dirancang untuk menjalankan mekanisme transaksi keuangan dengan spesifik (OJK, 2019). Beberapa jenis FinTech yang berkembang dan memberikan solusi terhadap keuangan meliputi *crowdfunding*, *microfinancing*, *P2P lending service*, *market comparison*, dan *digital payment system*.

Crowdfunding memungkinkan masyarakat menggalang dana untuk inisiatif atau program sosial. Contohnya adalah KitaBisa.com.

Microfinancing menyediakan solusi keuangan bagi masyarakat kelas menengah ke bawah yang kesulitan mengakses institusi perbankan. Amarnya adalah salah satu startup yang beroperasi di bidang microfinancing.

P2P Lending Service memfasilitasi peminjaman uang dengan lebih mudah dan cepat, membantu konsumen memenuhi kebutuhan tanpa proses yang rumit. Contohnya adalah Akulaku.

Market Comparison memungkinkan seseorang untuk membandingkan produk keuangan dari berbagai penyedia jasa, serta berfungsi sebagai perencana keuangan.

Digital Payment System fokus pada layanan pembayaran digital, seperti pembayaran pulsa, kartu kredit, atau tagihan listrik. Contohnya adalah Payfazz, dengan basis keagenan untuk membantu masyarakat Indonesia melakukan pembayaran tanpa perlu akses ke bank.

Paylater

Paylater merupakan salah satu bagian dari *Financial Technology* berupa *Fintech Lending*. *Fintech Lending*, juga dikenal sebagai *Fintech Peer-to-Peer Lending* atau Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI), merupakan inovasi di sektor keuangan yang memanfaatkan teknologi untuk memberikan pinjaman kepada penerima pinjaman tanpa perlu bertemu secara langsung. Mekanisme transaksi ini disediakan oleh penyedia *Fintech Lending* melalui aplikasi atau situs web yang mereka kelola (OJK, 2019).

Penggunaan Ulang Paylater

Penggunaan ulang *paylater* dapat diukur dengan menggunakan indikator *Behavioral Intention to use* (Venkantesh et al., 2003), yang memiliki item pengukuran berupa: saya berniat menggunakan sistem kedepannya, saya akan menggunakan sistem kedepannya, saya berencana menggunakan sistem kedepannya.

Dari item pengukuran (Venkantesh et al., 2003) dapat dimodifikasi untuk mengukur penggunaan *paylater*, disesuaikan menjadi item pengukuran: saya berniat menggunakan *paylater* untuk setiap transaksi kedepannya, saya akan menggunakan *paylater* untuk setiap transaksi kedepannya.

HIPOTESIS

- H1 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using*.
- H2 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.
- H3 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using*.
- H4 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.
- H5 : *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using*.
- H6 : *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.
- H7 : *Attitude Toward Using* berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.
- H8 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.
- H9 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.
- H10 : *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dan sampel yang digunakan adalah mahasiswa aktif S1 Universitas Jambi yang pernah ataupun merupakan pengguna aktif *paylater* dalam pembayarannya yang berjumlah 379 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *stratified random sampling*, kemudian peneliti membagi batas minimal jumlah sampel pada setiap fakultas yang ada di Universitas Jambi. Data dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden menggunakan *google forms*. Skor dari responden diperoleh setelah responden memberi jawaban pada kuesioner dalam bentuk skala likert 5 poin. Setelah data terkumpul, dilakukan pengolahan data menggunakan tabulasi data yang selanjutnya

dimulai proses pengujian di dalam *software* SmartPLS 4.0, berupa uji *outer model* validitas konvergen, validitas diskriminan, reliabilitas, serta uji *inner model* berupa uji fit model dan *bootstrapping* untuk melihat *path coefficient direct effect* dan *indirect effect*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi lima karakteristik yakni berdasarkan usia, jenis kelamin, angkatan, uang saku / pendapatan, dan jenis *paylater* yang digunakan. Berdasarkan usia, responden yang berusia 18 tahun berjumlah 2 orang (0,5%). Usia 19 tahun berjumlah 1 orang (0,3%). Usia 20 tahun berjumlah 7 orang (1,8%). Usia 21 tahun berjumlah 103 orang (27,2%). Usia 22 tahun berjumlah 200 orang (52,8%). Usia 23 tahun berjumlah 66 orang (17,4%). Maka mayoritas responden adalah berusia 22 tahun. Berdasarkan jenis kelamin, responden yang termasuk jenis kelamin laki-laki berjumlah 103 orang (27,2%). Jenis kelamin perempuan berjumlah 276 orang (52,8%). Maka responden mayoritas tergolong jenis kelamin perempuan. Berdasarkan angkatan, responden yang merupakan angkatan 2018 berjumlah 62 (16,4%). Angkatan 2019 berjumlah 301 orang (79,4%). Angkatan 2020 berjumlah 13 orang (3,4%). Angkatan 2022 berjumlah 3 orang (0,8%). Maka responden paling banyak berada di angkatan 2019. Berdasarkan jumlah uang saku / penghasilan, terdapat responden berpenghasilan atau memiliki uang saku kurang dari Rp. 500.000 sejumlah 43 orang (11,3%). Berpenghasilan atau memiliki uang saku antara Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000, terdapat 280 orang (73,9%). Berpenghasilan atau memiliki uang saku antara Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000, terdapat 48 orang (12,7%). Berpenghasilan atau memiliki uang saku lebih dari Rp. 2.000.000, terdapat 8 orang (2,1%). Maka responden paling banyak berpenghasilan atau memiliki uang saku antara Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000. Berdasarkan jenis *paylater* yang digunakan, orang dapat memilih lebih dari satu macam *paylater*, sehingga jumlahnya melebihi angka 379. Responden pengguna Shopee *Paylater* 361 orang. Pengguna Akulaku terdapat 19 orang. Pengguna Dana *Paylater* terdapat 7 orang. Pengguna Gopay *Paylater* terdapat 6 orang. Pengguna Traveloka *Paylater* terdapat 3 orang. Pengguna Kredivo *Paylater* terdapat 6 orang. Maka responden paling banyak menggunakan Shopee *Paylater*.

Selanjutnya berdasarkan hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa variabel literasi keuangan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.430,25 tergolong kategori tinggi. Variabel *Perceived Ease of Use* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.138,5 tergolong sedang. Variabel *Perceived Usefulness* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.754 tergolong sangat tinggi. Variabel *Attitude Toward Using* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.732,5 tergolong sangat tinggi. Variabel Penggunaan Ulang *Paylater* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.672 tergolong sangat tinggi.

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model Pengukuran pada SmartPLS dilakukan dengan analisis validitas konvergen dan validitas diskriminan.

Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Loading factor sebesar 0,60 digunakan sebagai ukuran validitas konvergen dengan penelitian yang bersifat eksploratori, sementara batasan 0,70 digunakan dalam penelitian konfirmatori. Dan sebagai indikator validitas konvergen, AVE (*Average Variance Extracted*) yang digunakan harus memiliki nilai yang lebih besar dari 0,5.

Tabel 1 Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Literasi Keuangan	LK_1	0,650	Tidak Valid
	LK_2	0,741	Valid
	LK_3	0,751	Valid
	LK_4	0,773	Valid
	LK_5	0,713	Valid
	LK_6	0,729	Valid
	LK_7	-0,671	Tidak Valid
	LK_8	-0,724	Tidak Valid
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU_1	0,885	Valid
	PEOU_2	0,909	Valid
	PEOU_3	-0,628	Tidak Valid
	PEOU_4	-0,595	Tidak Valid
	PEOU_5	0,870	Valid
	PEOU_6	-0,493	Tidak Valid
<i>Perceived Usefulness</i>	PU_1	0,873	Valid
	PU_2	0,860	Valid
	PU_3	0,852	Valid
	PU_4	0,840	Valid
	PU_5	0,865	Valid
	PU_6	0,815	Valid
<i>Attitude Toward Using</i>	ATU_1	0,958	Valid
	ATU_2	0,961	Valid
Penggunaan Ulang <i>Paylater</i>	PUP_1	0,976	Valid
	PUP_2	0,976	Valid

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Berdasarkan perhitungan awal terdapat beberapa indikator dengan nilai *loading factor* dibawah 0,70 sehingga dilakukan penghapusan beberapa indikator yang dianggap tidak valid kemudian dilakukan kalkulasi ulang sehingga hasil outer loading sebagai berikut:

Tabel 2 Outer Loading setelah Kalkulasi

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Literasi Keuangan	LK_1	0,829	Valid
	LK_2	0,887	Valid
	LK_3	0,886	Valid
	LK_4	0,881	Valid
	LK_5	0,780	Valid
	LK_6	0,818	Valid
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU_1	0,953	Valid
	PEOU_2	0,943	Valid
	PEOU_5	0,937	Valid
<i>Perceived Usefulness</i>	PU_1	0,873	Valid

	PU_2	0,860	Valid
	PU_3	0,852	Valid
	PU_4	0,840	Valid
	PU_5	0,865	Valid
	PU_6	0,815	Valid
<i>Attitude Toward Using</i>	ATU_1	0,958	Valid
	ATU_2	0,961	Valid
Penggunaan Ulang <i>Paylater</i>	PUP_1	0,976	Valid
	PUP_2	0,975	Valid

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Setelah dilakukan kalkulasi ulang menunjukkan bahwa semua *loading factor* untuk tiap-tiap indikator memiliki nilai diatas 0,70 sehingga konstruk untuk masing-masing variabel sudah tidak ada lagi yang dihapuskan dari model.

Tabel 3 Average Variance Extracted

Variabel	AVE	Keterangan
Literasi Keuangan	0,921	Valid
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,719	Valid
<i>Perceived Usefulness</i>	0,891	Valid
<i>Attitude Toward Using</i>	0,724	Valid
Penggunaan Ulang <i>Paylater</i>	0,952	Valid

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Untuk validitas konvergen menggunakan AVE, tiap variabel memiliki nilai diatas 0,50 sehingga konstruk dinyatakan valid.

Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Tabel 4 Cross Loading

Indikator	<i>Attitude Toward Using (ATU)</i>	Literasi Keuangan (LK)	<i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i>	<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> (PUP)
LK_1	0,098	0,829	0,132	0,280	0,008
LK_2	0,207	0,887	0,237	0,366	0,176
LK_3	0,215	0,886	0,241	0,365	0,175
LK_4	0,277	0,881	0,261	0,419	0,217
LK_5	0,226	0,780	0,270	0,400	0,177
LK_6	0,245	0,818	0,336	0,479	0,168
PEOU_1	0,600	0,292	0,953	0,687	0,684
PEOU_2	0,599	0,302	0,943	0,664	0,669
PEOU_5	0,566	0,280	0,937	0,661	0,664
PU_1	0,638	0,389	0,593	0,873	0,580
PU_2	0,631	0,399	0,654	0,860	0,684
PU_3	0,576	0,427	0,569	0,852	0,447
PU_4	0,543	0,395	0,545	0,840	0,408
PU_5	0,647	0,369	0,657	0,865	0,651
PU_6	0,556	0,447	0,585	0,815	0,430
ATU_1	0,958	0,276	0,607	0,706	0,669

ATU_2	0,961	0,243	0,590	0,655	0,769
PUP_1	0,745	0,207	0,698	0,623	0,976
PUP_2	0,719	0,194	0,691	0,630	0,975

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Tidak ada indikator yang memiliki cross loading yang signifikan dengan konstruk lainnya, mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut secara konsisten mengukur konstruk yang dituju. Maka validitas diskriminan dinyatakan baik.

Tabel 5 Fornell Larcker

	ATU	LK	PEOU	PU	PUP
ATU	0,960				
LK	0,270	0,848			
PEOU	0,623	0,309	0,944		
PU	0,708	0,472	0,710	0,851	
PUP	0,751	0,206	0,712	0,642	0,976

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Nilai validitas yang tinggi dan varians yang dijelaskan oleh konstruk yang lebih besar daripada varians yang dijelaskan oleh indikator yang mengukur konstruk tersebut. Hasil fornell larcker ini menunjukkan bahwa konstruk-konstruk tersebut memiliki validitas diskriminan yang baik.

Tabel 6 Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations

	ATU	LK	PEOU	PU	PUP
ATU					
LK	0,271				
PEOU	0,673	0,311			
PU	0,765	0,493	0,756		
PUP	0,804	0,192	0,754	0,668	

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Nilai HTMT yang kurang dari 0,90 menunjukkan adanya validitas diskriminan yang baik antara konstruk-konstruk tersebut.

Uji Reliabilitas

Tabel 7 Cronbach Alpha & Composite Reliability

Variabel	Cronbach Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Literasi Keuangan	0,914	0,959	Reliabel
Perceived Ease of Use	0,923	0,939	Reliabel
Perceived Usefulness	0,939	0,961	Reliabel
Attitude Toward Using	0,925	0,940	Reliabel
Penggunaan Ulang Paylater	0,950	0,975	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Berdasarkan tabel dapat dinyatakan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan nilai cronbach alpha dan composite reliability lebih dari 0,70.

**Model Struktural (Inner Model)
R Square dan Q Square**

Tabel 8 R Square dan Q Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted	Q Square
<i>Attitude Toward Using</i>	0,535	0,531	0,519
Penggunaan Ulang <i>Paylater</i>	0,665	0,661	0,541

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

R-Square sebesar 0,535 untuk variabel "*Attitude Toward Using Paylater*" dan 0,665 untuk variabel "Penggunaan Ulang *Paylater*", kedua variabel tersebut dapat dikategorikan sebagai memiliki kekuatan prediksi yang sedang atau moderat berdasarkan kriteria tersebut, dan menuju ke tinggi. Artinya, variasi dalam kedua variabel endogen tersebut dapat dijelaskan dengan signifikan oleh variabel-variabel eksogen dalam model PLS-SEM yang digunakan.

Selanjutnya, nilai *Q-Square* yang diperoleh adalah sebagai berikut: 0,519 untuk variabel "*Attitude Toward Using Paylater*" dan 0,541 untuk variabel "Penggunaan Ulang *Paylater*". Dalam penelitian ini, kedua variabel menunjukkan tingkat prediksi yang kuat atau tinggi karena nilai *Q-Square* berada di atas 0,35. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model memiliki tingkat prediksi yang kuat atau tinggi dalam menjelaskan variasi dalam "*Attitude Toward Using Paylater*" dan "Penggunaan Ulang *Paylater*" berdasarkan ukuran *Q-Square*.

F Square

Tabel 9 F Square

	ATU	LK	PEOU	PU	PUP
ATU					0.332
LK	0.009				0.012
PEOU	0.061				0.216
PU	0.301				0.002
PUP					

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Hasil *F-Square* menunjukkan bahwa pengaruh variabel *Attitude Toward Using* mampu menjelaskan sekitar 33.2% variasi dalam variabel Penggunaan Ulang *Paylater*. Selanjutnya, terdapat hubungan antara variabel Literasi Keuangan memberikan kontribusi sebesar 1.2% dalam menjelaskan variasi dalam variabel Penggunaan Ulang *Paylater*. Selain itu, sekitar 21.6% variasi dalam variabel Penggunaan Ulang *Paylater* dapat dijelaskan oleh variabel *Perceived Ease of Use*. Sementara pengaruh variabel *Perceived Usefulness* terhadap variabel Penggunaan Ulang *Paylater* memiliki nilai *F-Square* sebesar 0,002, menunjukkan kontribusi yang rendah dalam menjelaskan variasi dalam variabel Penggunaan Ulang *Paylater*.

Uji Model Fit

Tabel 10 Standardized Root Mean Square Residual

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.068	0.068

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Menurut (Hair et al., 2015), ketika nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) berada di bawah 0,08, menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian yang baik antara model yang diestimasi dengan model saturated. Dalam penelitian ini, baik

model saturated maupun model yang diestimasi memiliki nilai SRMR sebesar 0,068, yang berarti keduanya memenuhi kriteria yang ditetapkan. Oleh karena itu, model yang diestimasi memiliki tingkat kecocokan yang baik dengan data yang diamati berdasarkan ukuran SRMR

Uji Hipotesis

Pada penelitian ini uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *T-Statistics* dan nilai *P-Values*. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai *T-Statistics* >1,96 dan nilai *P-Values* <0,05.

Tabel 11 Uji Hipotesis Direct Effect

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
Attitude Toward Using -> Penggunaan Ulang Paylater	0,489	0,489	0,057	8,622	0,000
Literasi Keuangan -> Attitude Toward Using	-0,074	-0,073	0,034	2,166	0,030
Literasi Keuangan -> Penggunaan Ulang Paylater	-0,071	-0,069	0,034	2,116	0,034
Perceived Ease of Use -> Attitude Toward Using	0,239	0,238	0,060	3,998	0,000
Perceived Ease of Use -> Penggunaan Ulang Paylater	0,394	0,391	0,076	5,198	0,000
Perceived Usefulness -> Attitude Toward Using	0,573	0,578	0,060	9,488	0,000
Perceived Usefulness -> Penggunaan Ulang Paylater	0,050	0,051	0,075	0,664	0,507

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Untuk variabel mediasi, terdapat dua kategori yaitu pengaruh mediasi parsial dan pengaruh mediasi penuh, dimana jika sudah terdapat pengaruh signifikan antara variabel eksogen terhadap endogen maka dinyatakan mediasi parsial, jika belum adanya pengaruh langsung yang signifikan maka disebut mediasi penuh.

Tabel 12 Uji Hipotesis Indirect Effect

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
Literasi Keuangan -> Attitude Toward Using -> Penggunaan Ulang Paylater	-0,036	-0,036	0,017	2,103	0,036
Perceived Ease of Use -> Attitude Toward Using -> Penggunaan Ulang Paylater	0,117	0,116	0,032	3,671	0,000
Perceived Usefulness -> Attitude Toward Using -> Penggunaan Ulang Paylater	0,280	0,282	0,044	6,442	0,000

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Pembahasan

1. Literasi Keuangan terhadap Attitude Toward Using

Nilai T-statistik yang tinggi 2,166 dan nilai *P-values* yang sangat signifikan 0,030, serta koefisien jalur negatif (-0,074) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Attitude Toward Using. Hal ini

menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, sikap mereka terhadap penggunaan *Paylater* cenderung lebih negatif.

2. Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*

Nilai T-statistik yang tinggi 2,116 dan nilai *P-values* yang sangat signifikan 0,034, serta koefisien jalur negatif (-0,071) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin rendah kemungkinan mereka menggunakan *Paylater* kembali.

3. *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using*

Nilai T-statistik yang tinggi 3,998 dan nilai *P-values* yang sangat signifikan 0,000, serta koefisien jalur positif 0,239 menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah penggunaan *Paylater*, semakin positif sikap seseorang terhadap penggunaannya.

4. *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*

Nilai T-statistik yang tinggi 5,198 dan nilai *P-values* yang sangat signifikan 0,000, serta koefisien jalur positif 0,394 menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah penggunaan *Paylater*, semakin tinggi kemungkinan seseorang menggunakan *Paylater* kembali.

5. *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*

Nilai T-statistik yang tinggi 5,198 dan nilai *P-values* yang sangat signifikan 0,000, serta koefisien jalur positif 0,394 menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kebermanfaatan seseorang terhadap *Paylater*, semakin positif sikap mereka terhadap penggunaannya.

6. *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*

Nilai T-statistik yang tinggi 5,198 dan nilai *P-values* yang sangat signifikan 0,000, serta koefisien jalur positif 0,394 menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh signifikan atau jelas terhadap seseorang untuk menggunakan *Paylater* kembali.

7. *Attitude Toward Using* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*

Nilai T-statistik yang tinggi 8,622 dan nilai *P-values* yang sangat signifikan 0,000, serta koefisien jalur positif 0,489 menunjukkan bahwa *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap seseorang terhadap menggunakan *Paylater*, semakin mungkin mereka akan menggunakan *Paylater* kembali.

8. Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*

Nilai T-statistik sebesar 2,103 dan nilai *P-values* sebesar 0,036, serta nilai *path coefficient* negatif sebesar (-0,036), yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*. Dan *Attitude Toward Using* memediasi secara parsial pengaruh negatif dan signifikan Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang mempengaruhi sikap mereka terhadap penggunaan *Paylater*

cenderung lebih negatif, dan sikap penggunaan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *Paylater* kembali.

9. *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*

Nilai T-statistik sebesar 3,671 dan nilai *P-values* sebesar 0,000, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,117, yang menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*. Dan *Attitude Toward Using* memediasi secara parsial pengaruh positif dan signifikan *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah penggunaan *Paylater* mempengaruhi semakin positif sikap seseorang terhadap penggunaannya, dan sikap penggunaan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *Paylater* kembali.

10. *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*

Nilai T-statistik sebesar 6,442 dan nilai *P-values* sebesar 0,000, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,280, yang menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*. Dan *Attitude Toward Using* memediasi secara penuh pengaruh positif dan signifikan *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kebermanfaatan seseorang terhadap *Paylater* mempengaruhi semakin positif sikap mereka terhadap penggunaannya, dan sikap penggunaan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *Paylater* kembali.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku dalam pembuatan keputusan keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap penggunaan berupa perasaan kurang senang dan kurang menikmati dalam menggunakan aplikasi *paylater*.
2. Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku dalam pembuatan keputusan keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater* yaitu tidak menggunakan kembali *paylater* ketika sudah pernah menggunakannya.
3. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Persepsi kemudahan berkaitan dengan fleksibilitas dan kemudahan tahapan *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan berupa perasaan senang dan menikmati dalam menggunakan aplikasi *paylater*.
4. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Persepsi kemudahan berkaitan dengan fleksibilitas dan kemudahan tahapan *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater* yaitu menggunakan kembali *paylater* ketika sudah pernah menggunakannya.
5. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Persepsi kegunaan berkaitan dengan kecepatan dan membantu dalam

- pembayaran *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan berupa perasaan senang dan menikmati dalam menggunakan aplikasi *paylater*.
6. *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Persepsi kegunaan berkaitan dengan kecepatan dan membantu dalam pembayaran *paylater* berpengaruh tapi tidak memengaruhi secara signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater* yaitu menggunakan kembali *paylater* ketika sudah pernah menggunakannya.
 7. *Attitude Toward Using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Sikap penggunaan berupa perasaan senang dan menikmati dalam menggunakan aplikasi *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater* yaitu menggunakan kembali *paylater* ketika sudah pernah menggunakannya.
 8. Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*. Kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku dalam pembuatan keputusan keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater* yaitu tidak menggunakan kembali *paylater* ketika sudah pernah menggunakannya setelah melalui sikap penggunaan berupa perasaan kurang senang dan kurang menikmati dalam menggunakan aplikasi *paylater*.
 9. *Perceived Ease of Use* berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*. Persepsi kemudahan berkaitan dengan fleksibilitas dan kemudahan tahapan *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater* yaitu menggunakan kembali *paylater* ketika sudah pernah menggunakannya setelah melalui sikap penggunaan berupa perasaan senang dan menikmati dalam menggunakan aplikasi *paylater*.
 10. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*. Persepsi kemudahan berkaitan dengan fleksibilitas dan kemudahan tahapan *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater* yaitu menggunakan kembali *paylater* ketika sudah pernah menggunakannya setelah melalui sikap penggunaan berupa perasaan senang dan menikmati dalam menggunakan aplikasi *paylater*.

Saran

Mahasiswa perlu menyadari implikasi finansial dari penggunaan *paylater* dan memahami biaya dan bunga yang terkait dengan layanan tersebut.

Mahasiswa perlu mengembangkan sikap kritis terhadap penggunaan *paylater* dan mempertimbangkan apakah penggunaan tersebut benar-benar diperlukan dan sesuai dengan kemampuan finansial mereka.

Mahasiswa perlu meningkatkan literasi keuangan mereka untuk mengelola keuangan dengan lebih baik, terlepas dari penggunaan *paylater*.

Disarankan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dan mengkaji ulang variabel *Perceived Usefulness*, yang dalam penelitian ini tidak menunjukkan pengaruh signifikan.

Penelitian selanjutnya dapat melibatkan populasi yang lebih luas, bukan hanya mahasiswa, sehingga tingkat literasi keuangan dapat bervariasi.

Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain, seperti dorongan kebutuhan atau tingkat pendapatan, untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih komprehensif dan menarik

DAFTAR PUSTAKA

- Abrazhevich, D. (2004). Electronic Payment Systems : a User-Centered Perspective and Interaction Design. In *Technische Universiteit Eindhoven* (Vol. 1, Issue 2004).
<https://doi.org/10.6100/IR575913>
- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *Forum Ekonomi*, 24(2), 245–258. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10330>
- Aftika, S. (2021). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti” terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam Perspektif Bisnis Syariah*.
- Bezhovski, Z. (2016). The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System. *European Journal of Business and Management*, 8(8), 127–132.
- Crystal, D. (2011). Internet Linguistics: A Student Guide. In *Routledge* (Vol. 1).
<https://doi.org/10.4324/9780203830901>
- DailySocial. (2021). Fintech Report 2021 - The Convergence of (Digital) Financial Services. *DSResearch*. <https://dailysocial.id/research/fintech-report-2021>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts. In *International Journal of Man-Machine Studies* (Vol. 38, Issue 3, pp. 475–487). <https://doi.org/10.1006/imms.1993.1022>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE.
- Julita, E., B, I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2953–2957.
- Kusuma, I. N. P. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Inklusi Keuangan melalui Financial Technology pada UMKM di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(5), 247–252.
- Mukherjee, M., & Roy, S. (2017). E-Commerce and Online Payment in the Modern Era. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 7(5). <https://doi.org/10.23956/ijarcsse/sv7i5/0250>
- Mustajibah, T., & Trilaksana, A. (2021). Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015. *Avatara*, 10(3).
- Nirmala, I. (2022). *Indonesia Pengguna Fintech Tertinggi Ketiga di Dunia*. Katadata.
<https://katadata.co.id/intannirmala/digital/60d1c95ea19bb/indonesia-pengguna-fintech-tertinggi-ketiga-di-dunia>
- OECD/INFE. (2022). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion 2022*.
- OJK. (2019). *FAQ (Frequently Asked Questions) Fintech Lending Otoritas Jasa Keuangan*.
- Putri, S. D. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) pada Shopee*.
- Rohmah, R. M., & Gunarsih, T. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Fintech Terhadap Inklusi Keuangan Pada Masyarakat D. I. Yogyakarta. *Seminar Nasional UNRIYO*, 219–226.
- Salsabila, S. T. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Manfaat terhadap Niat Menggunakan PayLater Pada*

Mahasiswa di Indonesia. 13.

- Simanjuntak, Y. (2019). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Mahasiswa di Sumatera Utara.*
- Thakur, R., & Srivastava, M. (2014). Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India. *Internet Research*, 24(3), 369–392. <https://doi.org/10.1108/IntR-12-2012-0244>
- Venkantesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.* 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.1016/j.inoche.2016.03.015>
- Wijayanti, M., Rohaeni, H., Mukarromah, A., & Yunita, T. (2022). The Influence Of Financial Literature, Benefits, Easy And Income On Interest In Using Shopee Paylater (Study On Milenial Generation, Bekasi Regency) Murti. *International Journal of Education, Information Technology and Others (IJEIT)*, 5(2), 389–399. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6631297>